证券代码：002727　　证券简称：一心堂　　公告编号：2021-033 号

一心堂药业集团股份有限公司 2020 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

除下列董事外、其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名

非标准审计意见提示

□ 适用 √ 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

√ 适用 □ 不适用

是否以公积金转增股本

□ 是 √ 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 2020 年度权益分派方案实施时股权登记日的总股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 3 元（含税），送红股 0 股（含税），不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

□ 适用 √ 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	一心堂	股票代码	002727
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	李正红	肖冬磊、阴贯香	
办公地址	云南省昆明市经济技术开发区鸿翔路 1 号	云南省昆明市经济技术开发区鸿翔路 1 号	
电话	0871-68185283	0871-68185283	
电子信箱	1192373467@qq.com	1192373467@qq.com	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）公司主要业务及经营模式

公司的主营业务为医药零售连锁和医药批发业务，其中医药零售连锁是公司的核心业务。公司主要经营范围包括中药、西药及医疗器械等产品的经营销售，主要收入来源为直营连锁门店医药销售收入。直营连锁指的是店铺均由公司总部全资开设，在总部的直接领导下统一经营，公司利用连锁组织集中管理、分散销售的特点，充分发挥了规模效应，而且能对其具有较强的约束控制力，有利于保证品牌形象和服务质量的一致性。

公司从事医药零售和批发，隶属于医药流通行业。医药流通是指医药产业中连接上游医药生产厂家和下游终销商或零售终端客户的一项经营活动，主要是从上游厂家采购货物，然后批发给下游终销商，或直接出售给医院、药店等零售终端客户的药品流通过程。

1、公司采购模式

公司根据行业特征和主要市场区域特点，确立了"以需定进、勤进快销、满足需求、质量控制"的采购原则，保证资金周转、库存比例的平衡及经营活动的正常进行。公司设采购管理部门，负责公司整体采购品类规划、供应链建设、战略型供应商发掘和维护、采购政策的制定、价格政策制定等，并监督管理采购过程，具体采购业务由云南管理中心、省外子公司下设的采购部门负责。目前，公司主要采用集中采购与地区采购相结合的采购模式。

2、公司销售模式

公司业务以药品零售为主，通过建立医药零售终端网络，以门店为基础，通过广告、会员活动等促销方式，提供健康咨询服务，实现公司销售最大化。公司设立商品管理部和营运中心负责定价、市场开发、市场营销等系列销售活动的进行。连锁直营药店具有质量控制严格、执行力强、终端控制有力等特点，有利于保证品牌形象和服务质量的一致性，从而在社会高度关注食品药品安全的情形下，能更多获得监管部门和消费者的认可，以及能够获得上游供应商较大的支持。

（二）报告期内公司所属行业发展阶段、周期性特点

2020 年 8 月 5 日，国家药品监督管理局发布了《2019 年度药品监管统计年报》，截至 2019 年底，全国共有《药品经营许可证》持证企业 54.4 万家，其中批发企业 1.4 万家；零售连锁企业 6701 家，零售连锁企业门店 29.0 万家；零售药店 23.4 万家。全国药店的连锁率由 2018 年的 52.15%提升至 55.34%，增加 3.19%，行业连锁化率进一步提升。随着居民收入水平的提升、中高档收入群体的不断扩大、消费升级带来社会需求结构的变化。随着药品零售连锁行业的快速发展，竞争也日趋激烈，市场并购现象频繁发生。市场的整合使得我国药品零售行业的集中度进一步加强。在国民经济持续发展、社会消费水平不断提高、人口老龄化程度加剧、城镇化水平提升以及新医改背景下医保覆盖率扩张等因素共同影响下，我国医药零售行业面临长期发展机遇，预计将保持稳定增长趋势，市场规模将进一步扩大。同时，随着公立医院改革、医保控费、药品集采等政策的持续推进，零售药店逐步发展成为提供药品、医疗器械、保健品等健康产品和服务的重要载体。随着行业集中度的提升，区域性、全国性的医药零售连锁企业逐步形成，企业已从价格竞争逐步转变为差异化竞争。

药品零售行业销售的各种药品的需求主要由人群医疗及健康情况决定，受宏观经济环境影响相对较小，经济周期性不明显；其他非药品类商品的销售则会随经济水平的波动而出现一定周期性特征。由于药品的时效性、便利性以及区域消费者购物习惯等特点，药品零售行业的地域性特点较为明显。总体而言，药品零售行业相对于其他一般零售行业经济周期性较弱。由于公司所处行业及经营特点，报告期受新冠肺炎疫情影响，口罩、消毒杀菌、测温等防控物资，以及与抗病毒相关的药品销量大幅增长。疫情初期，虽然人员外出减少导致门店客流有所下降，但客单价较高，综合来看，疫情对公司经营的负面影响较小。

（三）公司的行业地位

根据中国药店杂志公开发布数据，自 2007 年起，公司销售额及直营门店数连续多年进入中国连锁药店排行榜十强。根据《21 世纪药店报》的数据显示，公司 2019-2020 年度中国连锁药店综合实力百强企业第四位；2019-2020 年度中国连锁药店直营力百强企业排名第一位。根据第一药店财智发布《2019-2020 年度中国药品零售企业综合竞争力排行榜》显示，鸿翔一心堂排名第三位。公司市场份额逐步扩大，截止目前主要业务范围集中在云南、四川、广西、山西、贵州、海南、重庆、上海、天津、河南等十个省份及直辖市。

（四）报告期内主要的业绩驱动因素

1、面对药品流通市场各项政策推行，公司相机而变。

近年来，医改进程加速、医药政策频出。在"医保支付方式改革"、"4+7"带量采购等一系列政策影响下，药品零售市场发生了很大变化。药店加入集采已经成为零售药店改革不可阻挡的趋势，"4+7"集采导致问药不同价的现象有望得到解决。同时，将有大量品种从医院市场转向院外市场，因此也将起动处方品种在零售渠道的发展，这对药店处方药销售和承接处方外流将是一个极大的机遇。

2、开启多元化经营的"大健康药店"经营模式探索。

公司积极尝试大健康药店的新兴业态，选择一些有条件的地区和门店进行健康食品、个人护理用品及与健康相关的日用便利品的经营尝试。同时，公司将不断向 DTP 专业药房、分销专业药房、慢病管理药房、智慧药房等创新模式转型。在互联网技术推动下，无人售药柜、人脸识别、AI 机器人等新科技应用也将逐步进入零售药店。预计零售药店将通过互联网、物联网、大数据、云计算等创新技术，为消费者提供更专业、更便捷的服务。

3、公司多区域协同发展，深层次全方位提升服务。

公司重点发展区域在西南地区、华南地区，同时兼顾华北地区的门店发展，公司战略将逐步着眼于全国市场，同时坚持核心区域"门店高密度布局，逐步形成城乡一体化的"门店布局结构。报告期内，公司着力乡镇级市场拓展，目前我国人口结构上农村人口仍然占据大多数，而乡镇医药零售市场开发尚不完全，零售药店在很多地方没有覆盖，但随着生活水平的提高以及医疗保健意识的增强，我国乡镇人口对于医疗保健的需求将大幅提升，这将带动我国乡镇零售药店市场潜力的逐步释放。全国市场方面，公司加强省外市场的经营管理力度。首先，大力提升公司商品的价格竞争力和品牌力；其次，持续推进商品力提升，通过顾客用药疗效、顾客对价格满意度、供应商采购渠道等方面综合分析，建立差异化的商品精品体系。同时，通过员工专业化服务和顾客满意度系统、顾客回头率的考核，实现公司盈利和顾客满意度的平衡。利用 CRM 客户关系管理系统提供慢病管理、母婴管理等深度服务，提升顾客粘度。通过商品品类优化与顾客管理双重提升，达到提高交易次数和客单价的目的。同时，公司持续推进线上线下一体化的营销网络建设，致力于打造全渠道经营模式。通过规模效应提升议价能力、降低物流及管控成本，迅速提升公司各省外市场的获利能力。

3、主要会计数据和财务指标

（1）近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

□ 是 √ 否

单位：元

	2020 年	2019 年	本年比上年增减	2018 年
营业收入	12,656,284,259.54	10,479,093,105.69	20.78%	9,176,269,668.64
归属于上市公司股东的净利润	789,960,226.95	603,917,846.83	30.81%	521,069,744.32
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	752,662,113.61	590,657,478.96	27.43%	508,242,970.39
经营活动产生的现金流量净额	1,033,358,977.02	982,923,959.92	5.13%	635,771,681.76
基本每股收益（元／股）	1.3803	1.0637	29.76%	0.9177
稀释每股收益（元／股）	1.3781	1.0628	29.67%	0.9177
加权平均净资产收益率	15.81%	14.00%	1.81%	13.47%
	2020 年末	2019 年末	本年末比上年末增减	2018 年末
资产总额	9,328,305,421.12	7,962,810,916.52	17.15%	7,355,878,562.60
归属于上市公司股东的净资产	5,765,406,145.25	4,594,923,731.71	25.47%	4,045,563,115.69

（2）分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	3,086,924,383.96	2,942,020,026.27	3,209,818,025.15	3,417,521,824.16
归属于上市公司股东的净利润	204,775,208.14	211,580,316.23	187,782,991.29	185,821,711.29
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	198,723,064.28	200,926,644.07	179,977,259.03	173,035,146.23
经营活动产生的现金流量净额	300,913,626.13	274,579,252.73	97,511,916.89	360,354,181.27

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□ 是 √ 否

4、股本及股东情况

（1）普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	24,877	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	16,006	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0

前 10 名股东持股情况

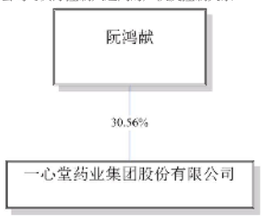
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
阮鸿献	境内自然人	30.56%	181,921,090	136,440,817	质押	68,673,000
刘琼	境内自然人	13.10%	77,964,100	70,473,075	质押	10,180,000
广州白云山医药集团股份有限公司	国有法人	7.04%	41,928,721	0		
香港中央结算有限公司	境外法人	3.02%	17,948,703	0		
周红云	境内自然人	1.92%	11,452,820	0		
中国工商银行—广发稳健增长证券投资基金	其他	1.68%	10,000,000	0		
中国工商银行股份有限公司—景顺长城竞争优势混合型证券投资基金	其他	1.56%	9,307,325	0		
赵飚	境内自然人	1.52%	9,041,105	0		
中国工商银行股份有限公司—广发稳健回报混合型证券投资基金	其他	1.48%	8,800,000	0		
中国银行股份有限公司—广发医疗保健股票型证券投资基金	其他	1.30%	7,748,607	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司未知前 10 名股东是否存在其他关联关系，也未知是否属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无					

（2）公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

（3）以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券

否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

2020 年度，是一心堂新一届董事会和高管团队履职的第一年，是新冠肺炎突然来袭的一年，是鸿翔中药经营 40 年和一心堂创立 20 年的庆典之年。一年以来，我们以新的经营管理和发展思想为指导，坚决贯彻年初的决策部署，积极落实集团总体工作要求，践行新经营发展理念，推动高质量发展，较好完成了各项目标任务，公司治理体系和治理能力现代化建设取得重大进展，一些方面具有标志性意义。在董事会、管理层和全体员工的共同努力下，公司各项工作扎实推进，管理层围绕董事会制定的 2020 年经营计划和主要目标，坚持以市场为导向，完善绩效考核，强化运营过程管理，保证了公司持续稳健的发展态势。

截止 2020 年 12 月 31 日，公司总资产为 932,830.54 万元，比上年年末 796,281.09 万元增加 17.15%；负债为 354,781.14 万元，比上年年末 336,664.16 万元增加 5.38%；股东权益 578,049.40 万元，比上年年末 459,616.93 万元增加 25.77%。

2020 年度，公司实现了销售收入快速增长。报告期内，公司实现营业总收入 1,265,628.43 万元，较上年同期提高 20.78%；营业利润 91,792.85 万元，较上年增长 24.18%；利润总额 95,689.26 万元，较上年增长 27.75%；归属于母公司所有者的净利润 78,996.02 万元，较上年增长 30.81%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 75,266.21 万元，较上年增长 27.43%。

（一）门店经营情况分析

1、把握市场契机，加速直营连锁门店网络布局发展。

2020 年 12 月 5 日，昆明市颁发首张"告知承诺制"药店版《药品经营许可证》，从提交材料到拿证，全程不到 1 小时。这也标志着药店开办，审批上取得了新进展。按照国家要求，在明年上海、广东等 18 个自由贸易试验区的零售药店也会逐步落实，这也表示药店的筹建周期将缩短。2019 年 11 月 29 日，国家药监局印发的"在自由贸易试验区开展'证照分离'改革全覆盖试点实施方案"明确指出，自 2019 年 12 月 1 日起，在上海、广东、天津、福建、辽宁、浙江、河南、湖北、重庆、四川、陕西、海南、山东、江苏、广西、河北、云南、黑龙江等自由贸易试验区，对药品监管领域涉企经营许可有关事项按照实行告知承诺、优化审批服务两种方式推进改革。加之新冠疫情影响，出现大量优质的空置铺面。报告期内，公司充分发挥具备较强自建门店能力的拓展团队优势，投入更多拓展人员对选址商圈周边的环境进行深入的调研，如人流量、小区入住率、同行业门店数量等关系到经营效率的信息进行收集汇总分析，加大拓展力度建设新店。截至 2020 年 12 月 31 日，鸿翔一心堂及其全资子公司共拥有直营连锁门店 7,205 家，公司直营网络覆盖 10 个省份及直辖市。

公司在全国多区域发展，分为三个阶段，第一个阶段是以云南市场为核心；第二个阶段是以西南市场为核心；第三个阶段，也就是现阶段背靠胡焕庸线，以西南为核心，华南为纵深、华北为补充进行全国市场布局的阶段。

（1）报告期末已开业门店按物业权属划分

地区	经营业态	自有物业门店		租赁物业门店	
		门店数量	建筑面积（平米）	门店数量	建筑面积（平米）
西南地区	医药零售连锁	26	4,027.20	5,727	780,257.66
华南地区	医药零售连锁			988	133,614.65
华北地区	医药零售连锁			435	66,133.79
华东地区	医药零售连锁			10	1,486.89
华中地区	医药零售连锁			19	5,146.11
合计		26	4,027.20	7,179	986,639.10

注：西南地区包括：云南省、四川省、重庆市、贵州省；

华南地区包括：广西壮族自治区、海南省；

华北地区包括：山西省、天津市；

华东地区包括：上海市；

华中地区包括：河南省；

（2）报告期内主要区域门店拓展情况

地区	2020 年度			
	新开业门店数量	搬迁门店数量	关闭门店数量	期末门店数量
云南省	594	115	15	4,284
四川省	166	15	10	897
重庆市	54	2	5	257
广西省	124	18	10	686
山西省	72	5	4	426
贵州省	80	3	4	315
海南省	58	8	–	302
河南省	3	–	–	19
上海市	3	1	1	10
天津市	1	–	–	9
合计	1,155	167	49	7,205

（3）立体化的店群经营

市县乡一体化垂直渗透拓展。报告期内，公司在省会级、地市级、县市级、乡镇级四个类型的市场门店均已超过 1300 家，形成行业独有的市县乡一体化发展格局。公司始终坚持少区域高密度网点布局。从经营理念上来看，少区域高密度布局从品牌效益、物流配送、用药习惯、人才储备等多方面具备一定优势。

报告期公司直营门店经营效率情况：

区域	门店数量	门店经营面积（平方米）	日均平效（含税，元／平方米）	租金效率（含税，年销售额／租金）
省会级	1,772	214,393.56	48.76	12.14
地市级	2,246	246,705.54	45.83	14.89
县市级	1,821	193,014.51	44.79	15.83
乡镇级	1,366	104,638.02	45.51	26.20
合计	7,205	758,751.63	46.23	16.62

注：日均平效=日均营业收入/门店经营面积；

日均营业收入=门店当年含税营业收入/当年门店营业天数。

租金效率=年平均销售/年租金

立体、纵深布局是公司门店拓展所长期坚持的发展模式，我们认为，店群效应能增加门店间相互的协同能力，也能形成区域的品牌竞争力。一个区域内合理的药店布局，与区域的人口结构、消费习惯、用药习惯、人流量、消费能力、医疗资源配置等因素相关，如何有效的进行顾客培养是门店销售的关键。如今，交通技术的发达带来人员活动半径越来越大，信息交互越来越快，通过建立立体化的门店布局，能形成更稳定的品牌影响力。大部分的药厂以区域组建营销团队或进行人员分工，提升区域的市场占有率，是公司加强自身竞争能力的基础，也是提升上游协同能力的根本。

2020 年全年各区域销售拆分来看，地市级门店依然是公司经营业绩贡献的主力军，销售占比 32.35%，省会级门店销售占比 29.51%，县市级门店销售占比 24.70%，乡镇级门店销售占比 13.44%。2020 年全年各区域毛利率方面，由于促销力度及促销活动频次差异，公司各级城市的毛利率也存在差异，乡镇级门店毛利率为 35.14%，县级门店毛利率为 34.35%，地市级门店毛利率为 32.80%，省会级门店毛利率为 29.66%。

2、门店取得医保资质情况

2020 年公司医保门店覆盖率持续提升，截止 2020 年 12 月 31 日鸿翔一心堂及其全资子公司医保门店数达到 6205 家，相比 2019 年净增加 984 家，同比 2019 年医保门店数增长 18.85%。2020 年医保门店数占整体门店数的比重为 86.12%，在 2019 年的基础上提升 2.8 个百分点。报告期内公司医保刷卡销售占总销售的 41.81%。

地区	门店数量	获得各类医保定点资格门店数量	获医保门店占药店总数的比例
西南地区	5,753	5,273	91.66%
华南地区	988	524	53.04%
华北地区	435	392	90.11%
华东地区	10	3	30.00%
华中地区	19	13	68.42%
合计	7,205	6,205	86.12%

3、营业收入排名前十名的门店情况

销售前十门店累计营业收入占公司整体营业收入的比例 1.78%。

门店名称	地址	开业日期	建筑面积（m2）	经营方式	物业权属
一心堂昆明西昌路慢性病大药房	云南省昆明市	2018年12月21日	342.80	直营	租赁物业
一心堂昆明栗树头连锁店	云南省昆明市	2010年4月30日	250.00	直营	租赁物业
一心堂昆明人民东路慢性病大药房	云南省昆明市	2018年12月21日	200.00	直营	租赁物业
一心堂成都一环路药店	四川省成都市	2015年11月24日	273.69	直营	租赁物业
一心堂个旧人民路连锁店	云南省红河州	2002年10月5日	350.00	直营	租赁物业
一心堂昆明东寺街连锁二店	云南省昆明市	2018年3月27日	105.21	直营	租赁物业
一心堂丽江福慧路连锁店	云南省丽江市	2002年7月23日	146.20	直营	租赁物业
一心堂宁蒗万格路连锁店	云南省丽江市	2010年8月13日	143.00	直营	租赁物业
一心堂昆明丹霞路连锁三店	云南省昆明市	2010年3月31日	217.00	直营	租赁物业
一心堂昆明金安小区连锁二店	云南省昆明市	2016年7月22日	312.00	直营	租赁物业

（二）医疗及药事服务业务开展情况

1、远程药事服务业务

针对药事专业服务的市场需求，公司专门成立远程药事服务部推行"互联网+药学服务"，目前远程药事服务部已成立 1 年多，各项审方及开方业务均有序开展。公司远程审方涉及平台有一心堂日建平台、平安好医生、微问诊等。2020 年全年线上、线下审方突破 1600 万单，月均审方 135.23 万单。

2、诊所业务

随着公司会员人数的逐年增加，国家对大健康产业不断的支持，大众对诊疗服务的需求日益递增。诊所业务将以会员资源为切入点，侧重专业化服务。会员在诊疗服务上的需求具有较大的潜在价值，公司顺应市场需求，加强大健康产业链布局，提升消费需求的升级，积极探索布局"药店+诊所"业务模式，未来"药店+诊所"模式将会为公司带来新的业绩增长点。2020 年公司有 6 家诊所类型业务机构，较 2019 年新增 4 家，其中专业诊所 3 家，健康生活馆 1 家，卫生服务中心及服务站 2 家。

（三）报告期内线上销售情况

2020 年电商业务伴随着疫情的推动，无接触式购物方式成为大众日常消费的重要组成部分。公司 2020 年电商业务总销售 1.97 亿元，是 2019 年电商业务总销售的 2.7 倍。

电商业务按类型细分为 O2O 业务（自营和第三方）、B2C 业务（自营和第三方）。截止 2020 年 12 月 31 日，公司 O2O 业务门店数达到 4816 家，覆盖率达到门店总数的 66.84%，O2O 业务覆盖面遍布 10 个省份及直辖市。2020 年 O2O 业务销售占比的提升，符合当前公司战略规划，公司依托连锁门店网点的优势，着重推动一心到家 O2O 自营业务的销售增长。

通过 2020 年电商团队的共同努力，O2O 业务销售结构得到较好的调整，自营 O2O 一心到家平台成为公司 O2O 业务的主力军。自营 O2O 业务销售的快速提升，为公司未来在电商业务上的发展提供更为广阔的市场空间。

2020 年 O2O 业务从行政区域来看，省会级和地市级城市依然是 O2O 业务销售的重点区域。其中省会级城市 O2O 业务销售占比达到 54.96%，客单价为 35.06 元；地市级城市 O2O 业务销售占比为 32.17%，客单价为 34.18 元；县级区域 O2O 业务销售占比为 11.45%，客单价为 38.61 元；乡镇级区域 O2O 业务销售占比为 1.41%，客单价为 42.24 元。2020 年 O2O 业务从居群分布来看，商业区店和商住混合店是承接 O2O 业务销售的重点。

（四）中药产业链分析

中药产业，是公司未来主要发展的产业之一，公司已初步完成建立中药种植、初加工、精加工、批发、医疗机构供应、零售销售业务等完整的产业链。公司于目前设立有云南鸿翔中药科技有限公司、鸿翔中药科技有限责任公司、云中药业有限公司三个专注于中药研究、种苗培育、中药材料收储、饮片加工、配方颗粒生产业务。为应对行业政策影响下的品类结构变化，本报告期，公司加大了中药品类的推广力度，2020 年中药品类销售同比增长 39.26%，占营业收入的比率提升至 8.86%，有效保障了公司较好的获利能力。

公司配方颗粒业务起步于 2018 年 12 月，在 2018 年 12 月公司全资子公司云南鸿翔中药有限公司有幸成为中药配方颗粒云南省试点生产企业，并于 2019 年试点生产，完成 318 个配方颗粒品种的备案任务并取得临床备案批件。

2020 年，受疫情影响，公司作为行业内试点单位，加强复工复产效率，保障抗疫物资部分品种的及时供应。2020 年公司全资子公司鸿翔中药科技有限责任公司专注配方颗粒生产业务，在配方颗粒业务上继续探索，计划研究配方颗粒品种 314 个。2020 年公司完成配方颗粒的小试研究，依据市场需求放大生产制定相应的质量标准。公司已向药监部门提交配方颗粒备案资料品种共计 291 个，已全部取得备案批件。在配方颗粒业务方面，公司参考中医临床用药习惯，同时参考同行业配方颗粒研究。

截至目前，配方颗粒项目总共取得药监局备案批件品种 609 个，配方颗粒业务在品种研发上取得重要进展。

（五）会员管理与服务业务

会员的稳定性和有效性是公司业绩的重要保障，是支撑公司持续发展开拓创新的动力源泉，会员管理工作是公司核心业务之一。公司通过专业的药事服务，吸纳潜在消费群体逐步发展成为忠实有效会员，在会员人数上节节攀升，由此不断增加公司会员规模。截止 2020 年 12 月 31 日公司有效会员人数达到 2400 万，同比 2019 年度会员人数增长 400 万人，提升 20%。

从 2020 年全年累计情况来看，公司会员销售占总销售额比重为 83.23%。会员交易次数占总交易次数的 65.84%。通过精细化管理，合理优化商品结构提升经营效率，在会员管理方面，会员客单价指标有了较好提升。2020 年会员客单价达到 99.64 元，在 2019 年的基础上提升 10.36 元，会员客单价增长率 11.60%。2020 年会员客单价是非会员客单价的 2.57 倍。2020 年经营情况来看，会员销售额及会员交易次数，在销售体量持续增长的过程中，仍然保持较为稳健的增长，会员销售贡献是公司业绩提升和开疆扩土的有力保证。

2020 年从会员销售复购率情况来看，消费 1 次会员的占比 32.72%、消费 2 至 5 次会员的占比 35.74%，消费 6 至 10 次会员占比 14.11%，消费 10 次以上会员占比 17.44%；

公司的会员服务业务，主要围绕"顾客健康问题解决方案"这一核心要点，分别以全程服务、全渠道服务、专业药事服务、慢病关爱、健康管理几大场景为会员提供服务。通过药学服务及远程药事服务，为会员提供专业的健康用药服务。药学服务：针对会员购买药品，提供售后用药禁忌、贵细中药养护以及复购提醒服务。远程药事服务：由远程药事服务部，执业药师为会员提供处方审核、药品专业咨询服务。通过健康检测、健康服务为会员提供健康管理服务，帮助医师管理会员的疾病进展过程，通过建立病患的自我管理模式以及追踪与管理顾客的药物知识（用药、按时服药、血压/血糖等监测、健康生活形态等项目，以及通过建档、回访、跟踪、评估与核检等手段，增加用药依从性和健康生活形态影响，从而影响慢病疾病进展。未来公司将继续加强会员精细化管理，依托先进的信息化技术。将会员销售大数据作为抓手，以长远经营为理念，以服务会员为思路，通过时间的沉淀深入挖掘会员购买力和会员的依从性。

（六）特慢病药房业务

慢病医保业务按区域类型分为省、市、区、州、县慢性病医保，目前公司在各行政区域均有慢病医保业务布局。截止 2020 年 12 月 31 日公司开通各类慢病医保支付门店 646 家。 2020 年慢病医保门店数同比 2019 年 477 家净增加 169 家，同比增长 35.43%，在 2019 年的基础上慢病医保门店的覆盖面有所加强。慢病医保从行政区域上来看，主要集中在地市和县级行政区域，合计占比达 80.03%。其中地市级慢病医保支付门店占比达到 44.27%，县级慢病医保支付门店占比 35.76%。

2020 年全年慢病医保销售情况来看，慢病医保销售金额同比 2019 年慢病医保销售增长 83.96%。其中市、区慢性病医保同比增长均超过 110%，分别达到 147.69%和 114.90%。2020 年慢病医保销售对所有慢病门店整体销售贡献率为 12.72%，单店最高贡献率达到 81.16%。慢病医保门店交易次数占所有门店总交易次数的比例为 9.24%。2020 年慢病医保客单价为 481.12 元，是门店整体客单价的 6 倍。随着大健康产业的发展，未来慢病医保业务将会有更大的市场空间。

（七）带量采购业务

带量采购其主要目的是减轻医保资金支出压力并惠及大量患者。随着国家层面对带量采购的全面推进，目前带量采购已由 4+7 模式转变为全方位的集中采购模式，以量换价实现药品的大幅降价成为医疗健康行业常态化趋势。

2020 年公司带量采购产品销售额占门店总销售额的 7.7%。2020 年带量采购产品销售数量是 2019 年的 27.4 倍，客单价在 2019 年的基础上有所下降。

2020 年带量采购产品的毛利率在逐步得到释放。2020 年数据，公司销售的带量采购产品主要是以第一批次和第二批次产品为主。

2020 年带量采购范围再次扩充，从 2020 年 5 月国家公布第二批带量采购以来，同年 8 月份又公布了第三批带量采购产品清单，而 2019 年带量采购仅有 4+7 试点，同时在 2019 年扩面到全国范围。2020 年带量采购产品销售数量在 2019 年的基础上有较大幅度的提高。未来公司将继续加强对于带量采购产品的厂商进行多层次、多维度的合作，借助双方各自优势挖掘价值所在。

（八）第三方保险业务开展情况

2020 年第三方保险业务在运营管理团队的多方面努力下，在 2019 年的经营业绩基础上取得较好的增长。2020 年全年第三方保险销售额占到整体门店销售份额的 2.81%，销售额是 2019 年的 2.75 倍，交易次数同比 2019 年增长 127.33%，第三方保险客单价同比 2019 年增长 21.13%。2020 年第三方保险业务呈现快速增长态势，未来公司在该业务板块一如既往的持续拓展新的业务类型，不断强化推广该业务，使之持续增长。

（九）报告期内仓储及物流情况

截止报告期末，公司在全国共拥有 11 个物流配送中心、物流总建筑面积近 11 万平方米，用于常温、阴凉、冷藏商品的存储及流转，保障了集团 6 个省份、3 个直辖市、1 个自治区 7000 多家一心堂直营连锁门店的商品配送，平均每天的作业行项超过 21 万行，17000 个客户箱件、出库金额超过 1800 万，以及完成中药外部销售的配送，公司整体物流年配送箱件超过 600 万件。所有物流作业均为无纸化及可视化作业，实现了机械化、自动化作业方式。针对冷藏药品，建成冷链监控平台，实现在 PC 端和移动端实时监测，以冷链数据做主要监测指标，实现多维度动态监测冷链运作情况，达到了冷链操作标准化。使冷藏药品储运过程中保温、测温、可追溯。2020 年集团各物流中心整合仓储资源，以营运标准化、模式多样化、适度自动化、精确节能化为运作目标，提升各 DC 配送能力和利用率。

通过网络化和数字化方式，形成了完备、高效的物流作业管理系统。同时充分考虑了未来业务发展的可变化情况，兼顾了技术的经济性和先进性。物流先进设备的启用，有效提升了鸿翔物流各工作岗位的工作效率和精细度。RF 收货改变了大订单验收及数据提交机制，物流打通了与上游 3000 多家供应商的系统对接，实现订单电子化，部分供应商实现了 EDI 对接，订单数据实现资源共享，由原来的整单提交改成逐行提交，缩短了供应商到货验收的等待时间；后台 HANA 系统及 CRM 运用大数据分析，对商品、采购、物流、财务、质量、会员管理等业务流程进行了统一整合、梳理，业务的规范性和财务管理的精细度得以进一步提升。

（十）营运周期提升情况

2020 年公司管理团队高度关注经营效率的提升，对关键性经营性指标进行相应的合理优化，围绕对存货、应收账款、应付账款等影响营运周期的各项指标结合实际业务提出改进方案，以达成财务指标效率的提升，效益的增长。2020 年公司整体运营水平继续保持良性发展趋势。

2020 年度营运周期较上一年缩短了 9.51 天，较前期进一步得到优化，销售收现率为百分之百。从 2020 年 1-4 季度累计情况来看，公司在营运周期表现较好的情况下，销售收现率逐期增加，反应出现金转换能力的不断增强，流动资产的加速周转形成良性循环，使得公司在经营效率、业绩增长的大环境下，能够保证资金的快速回笼，保持现金流的充沛，在经营管理上持续保持活跃度。2020 年公司经营现金流占利润比为 130.94%， 表明公司通过有效经营所创造的净利润能够全部以现金的形式实现。2020 年营运指标在 2019 年的基础上优化改善较好，以业务为根本结果，财务指标为导向，不断加强营运效率的提升。

（十一）门店成长情况分析

2020 年公司经营业绩稳步增长，新店滚动式开业为公司未来业绩的增长带来新的客流量和新的现金流。通过成熟门店稳定业绩的贡献支撑新开门店的不断拓展，形成良性的业态循环，门店规模获得不断拓展，实现规模化效应。同时门店规模的增加，摊薄日常性成本及费用，销售规模增强公司采购议价力。按照公司门店店龄，可拆分为：新店次新店、2-3 年、3-5 年、5 年以上店龄门店。从本报告期销售数据来看，各店龄段门店保持平稳快速增长，其中 2-3 年、3-5 年、5 年以上店龄门店销售同比增速分别为 30.94%、14.46%和 6.38%。

（十二）健康服务创新业务开展情况

2020 年 6 月份公司成立医云医疗产业发展（云南）股份有限公司。公司与云南省工业投资控股集团有限责任公司强强联合共同投资设立的大健康服务机构，为大健康产业布局做出发展规划。医云医疗秉承"以医生为核心，以患者为中心"的理念，致力于与公立医疗机构共建价值医疗服务体系，完善"预防-保健-诊断-治疗-康复"的医疗服务链条，专注于出院康复管理、慢病健康管理、专病全程管理及大众精准营养。医云医疗贯彻"集中会诊，同伴互助"的疾病管理模式，与省内外公立医院知名专家团队紧密合作，使患者能够享受到跨学科、多病种的医疗护理服务，助力打造从"病人围着医生转"变为"医生围着病人转"的医疗服务新生态。其中医云医疗下属的虹山路诊所，自 2020 年 11 月 24 日试营业至今，服务并建立居民健康档案 1900 人，其中高血压 376 人，糖尿病 187 人，其余慢病患者 1300 余人。上述患者中 1321 人持有城市职工医保卡，224 人持有居民医保卡，392 人持有慢性病卡。同时公司还与营养学会、保险公司等签署合作协议，并承接国内外多家知名处方药厂新特处方药品零售、患者服务工作。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

□ 是 √ 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

□ 适用 √ 不适用

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

□ 是 √ 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

□ 适用 √ 不适用

6、面临退市情况

□ 适用 √ 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

（1）与上年度财